

BAB I

DESKRIPSI BISNIS

A. Latar Belakang

Kota Jakarta merupakan Daerah Khusus Ibu Kota Jakarta merupakan kota metropolitan terbesar di Indonesia. Kota Jakarta sendiri memiliki jumlah penduduk 10,67 juta jiwa berdasarkan data pada tahun 2022 oleh badan pusat statistik. Angka tersebut setara dengan 3,87% dari jumlah penduduk di Indonesia.

Kota Jakarta menjadi tujuan wisata wisatawan dalam dan luar negeri dan kota Jakarta juga menjadi pusat kehidupan bisnis, sehingga kota Jakarta selalu dipenuhi oleh penduduk lokal dan asing. Kota Jakarta sendiri memiliki daya tarik bagi penduduk Indonesia sebagai tujuan berwisata seperti objek wisata, monumen, taman, pusat perbelanjaan dan lainnya. Tentunya gaya hidup di Kota Jakarta cukup tinggi dengan harga wisata, kuliner, pusat perbelanjaannya. Kasus *Covid 19 (corona virus 2019)* tentunya sudah berakhir juga menjadi salah satu yang membuat kota Jakarta semakin dipadati oleh wisatawan dan pembisnis. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik, DKI Jakarta memiliki 5.169 usaha penyedia makanan dan minuman berskala menengah besar pada 2020 yang merupakan jumlah tersebut menjadi jumlah terbanyak dari seluruh provinsi di Indonesia.

Di antara lima kota administratif DKI Jakarta, penulis memilih kota Jakarta Selatan sebagai tujuan bisnis utama penulis. Karena Jakarta Selatan merupakan salah satu kawasan bisnis terbesar di kota Jakarta yaitu Sudirman

Central Business District (SCBD), maka kawasan tersebut terdiri dari gedung perkantoran, hotel, serta pusat komersial dan hiburan serta sosial yang mungkin tidak dapat ditemukan di kota Jakarta lainnya.

Kota Jakarta Selatan memiliki tempat hiburan terbanyak dibanding kota Jakarta lainnya. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta banyaknya kelurahan keberadaan pub/diskotek/karaoke menunjukkan Kota Jakarta Selatan memiliki total 25 kelurahan yang merupakan jumlah terbanyak dibandingkan kota Jakarta lainnya yang dimana industri tersebut tentunya menjual produk *cocktail* dan *mocktail*. Dengan hal itu kota Jakarta Selatan sebagai target utama penulis untuk membangun bisnis catering ini.

Jakarta Selatan menarik para pengusaha dengan banyaknya hiburan dan suasana, khususnya di industri makanan dan minuman, untuk memenuhi kebutuhan masyarakat perkotaan akan makanan dan minuman yang merupakan bagian penting dalam kehidupan sehari-hari mereka.

Menurut Siti Djumiandini yang menjabat selaku ketua DPD Asosiasi Perusahaan Jasa Boga (APJI) DKI Jakarta mengatakan bahwa saat ini jasa catering dan pernikahan makin dibutuhkan masyarakat. Pihaknya juga optimis masa depan industri ini sangat cerah, apalagi dengan dukungan teknologi informasi yang makin pesat belakangan ini. Penulis melihat terbukanya peluang bagi gaya hidup masyarakat yang tinggi sehingga perlu adanya pasar terhadap catering yang menyediakan layanan minuman guna menjawab kebutuhan masyarakat akan layanan minuman dalam suatu acara.

Dengan melihat kondisi dan peluang diatas, penulis ingin membuat bisnis usaha catering dengan konsep *mixology catering* di kota Jakarta Selatan.

Dimana catering yang menawarkan inovasi baru untuk kenikmatan catering yang bisa dinikmati di rumah maupun di tempat konsumen. *Mixology catering* dapat digunakan untuk berbagai acara seperti pernikahan, ulang tahun, *private catering* seperti di rumah dan acara besar lainnya. *Mixology catering* direncanakan oleh penulis dikarenakan minimnya catering dengan konsep *mixology catering* khususnya di wilayah Jakarta khususnya di Jakarta Selatan dan banyaknya orang yang menikmati layanan minuman namun masyarakat harus berkunjung ke *bar* untuk menikmatinya, maka dari itu hadirnya *mixology catering* menjadi solusi bagi masyarakat yang ingin merasakan layanan minuman tanpa harus ke *bar*, masyarakat dapat menikmatinya dimana saja dan kapan saja.

Menurut (Warsitaningsih, 2010, p. 25) catering berasal dari kata *cater* yang berarti melayani makanan. Biasanya, dilakukan untuk acara pesta, misalnya pesta pernikahan, ulang tahun, dan syukuran. Teori ini merupakan teori yang mendukung usaha yang diinginkan penulis. Catering biasanya diperlukan untuk berbagai acara seperti pernikahan, acara keagamaan, ulang tahun dan lain sebagainya. Penulis merencanakan usaha ini berada di kota Jakarta Selatan khususnya kawasan Mampang di Kota Jakarta Selatan yang merupakan kawasan masyarakat di kota Jakarta yang bekerja dan terletak di salah satu kawasan strategis Jakarta. Dengan survey penyebaran kuisioner yang dilakukan oleh penulis dengan mendapatkan 100 responden mendapatkan 89% masyarakat Jakarta Selatan setuju catering minuman di kota Jakarta Selatan direalisasikan. Dan maka menjadi peluang besar bagi penulis untuk merealisasikan *mixology catering* di kota Jakarta Selatan.

Perkembangan jasa katering sendiri semakin berkembang setiap harinya, hal ini juga dibuktikan dengan banyaknya bermunculan jasa katering. Maka dari itu keinginan dan ide dari penulis membuka usaha katering yang memiliki keunikan atau berbeda dengan katering pada umumnya yaitu membuat sebuah usaha *mixology catering*. *Mixology catering* adalah sebuah usaha katering yang bergerak jasa dibidang katering minuman alkohol dan non alkohol untuk memenuhi kebutuhan acara, menyediakan paket untuk menambah pilihan menu bagi konsumen.

Bisnis ini menjadi keinginan kuat bagi penulis untuk direalisasikan dikarenakan kecintaan penulis dalam dunia minuman khususnya *cocktail* dan *mocktail* dengan dimulai dari pengalaman penulis menjadi bartender di Hotel Sheraton Mustika Yogyakarta Resort and Spa dan di tempat lainnya, Tentunya dalam dunia minuman merupakan *passion* dari penulis yang menekuni dalam bidang minuman ini selama 3 tahun.

Tabel 1.1
Data Pesaing *Dhivya*
DI Kota Jakarta

No	Nama	Alamat	Keunggulan
1	Pantja	Jl. Senopati No.37, Senayan, Jakarta Selatan	<ul style="list-style-type: none"> • Salah satu bar favorit di Jakarta. • Banyaknya Influencer yang mempromosikannya.
2	Y Café PI	Jl. Metro Pondok Indah, Jakarta Selatan	<ul style="list-style-type: none"> • Banyaknya variasi produk dan café favorit di Jakarta
3	Hard Rock Cafe	Jl. Jenderal Sudirman No.54-55, Senayan, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan	<ul style="list-style-type: none"> • Memiliki nama yang terkenal dan variasi produk yang menarik
4	The H Club	Jl. Jend. Sudirman kav 52-53 Jl. Scbd No.19, Senayan, Kec. Kby. Baru, Kota Jakarta Selatan,	<ul style="list-style-type: none"> • Banyaknya variasi produk • Memiliki nama yang terkenal.

Sumber: Olahan Penulis (2023)

Berdasarkan data di atas, bisnis yang menjual produk minuman berlokasi di wilayah Jakarta Selatan. Namun bisnis tersebut yang didominasi oleh café, club dan bar yang tentunya menjual minuman

campuran seperti *cocktail* dan *mocktail*. Pada Usaha catering minuman Y Café Pondok Indah telah melakukan bisnis catering minuman yaitu *coffee catering* tentunya kami akan membuat bisnis catering minuman dengan variasi produk lebih banyak dari kompetitor seperti hadirnya *mocktail* dan *cocktail* yang membuat salah satu faktor keunggulan dari bisnis kami. Untuk bisnis catering minuman di Jakarta khususnya Jakarta Selatan cukup minim.

Berdasarkan Latar Belakang yang telah dibahas sebelumnya, maka penulis akan menuangkannya dalam bentuk Tugas Akhir tentang **“PERENCANAAN BISNIS KATERING MINUMAN DI KOTA JAKARTA SELATAN”**.

B. Gambaran Umum Bisnis

1. Deskripsi Bisnis

Jasa boga atau disebut catering dikategorikan dalam bisnis ini, istilah catering menurut (Kardigantara, 2006, p. 4), “jasa boga atau catering yang termasuk industri *commercial catering*, tujuan utama dari usahanya adalah untuk mendapatkan profit melalui produk dan jasa layanan yang diberikan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan konsumen”.

Dalam sebuah usaha catering ini tentunya penulis merencanakan sebuah usaha yang berbeda dengan catering umumnya, penulis merencanakan usaha catering ini dengan memfokuskan pada penjualan minuman saja. Dari minuman beralkohol dan non alcohol, pembeli dapat menggunakan catering kami dimana saja, seperti acara pernikahan, acara ulang tahun, atau pesta di rumah.

Keunikan dari usaha ini ialah menyediakan produk pada umumnya di bar namun kami menyuguhkan produk tersebut dimana saja dan kapan saja tanpa harus berkunjung di bar. Yang dimana bar juga merupakan tempat yang umumnya mulai buka dari sore hingga malam, sedangkan usaha kami dapat digunakan dari pagi hingga malam menyesuaikan permintaan dari konsumen. Kami menghadirkan solusi baru kepada konsumen yang menyukai produk bar pada umumnya seperti *cocktail* dan *mocktail*. Dan konsumen dapat melihat proses pembuatan minuman secara langsung oleh seorang bartender. Dengan itu konsumen dapat mengetahui karakteristik dari minuman yang dijelaskan oleh bartender, tentunya konsumen mendapatkan pengalaman baru dari kami dengan menikmati produk yang kami sajikan dan dapat mengetahui penjelasan produk yang dibuat secara langsung dari seorang bartender maupun pramusaji.

Tujuan kami ialah pembeli dapat menikmati layanan minuman tanpa harus menikmati di bar. Bisnis yang direncanakan oleh penulis yang menjadi keunggulan dengan catering lainnya, keunggulan tersebut yang membuat penulis percaya diri untuk membuka bisnis ini. Tentu bisnis ini akan selalu memberikan pelayanan yang terbaik kepada semua pelanggan.

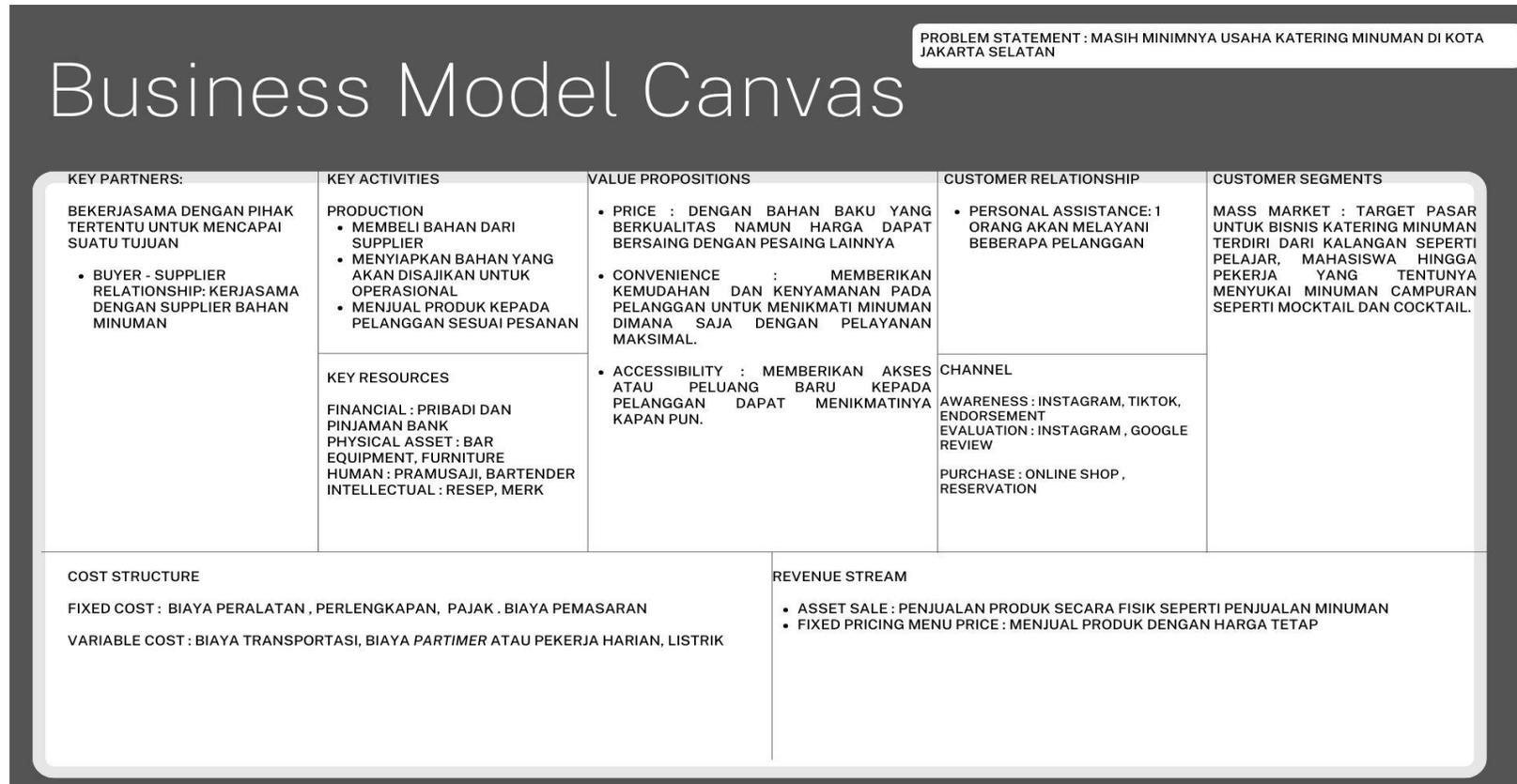
Teknik penjualan bisa membantu mengenalkan usaha catering ini dengan salah satunya dengan *social media* seperti *Instagram* dan *tiktok*. Dikarenakan sebagian besar masyarakat Indonesia menggunakan *social media* tentu menjadi sebuah peluang besar bagi pemilik untuk melakukan penjualan di *social media*. Teknik penjualan kami juga bisa melakukan

kerjasama dengan tempat usaha lainnya. Agar penjualan kami tidak hanya melalui *social media* saja.

Penulis menggunakan metode pendekatan bisnis model canvas (BMC). Menurut Wheelen dan Hunger (2010), model bisnis adalah metode yang digunakan oleh perusahaan untuk menghasilkan uang di lingkungan bisnis dimana perusahaan beroperasi. Sedangkan menurut Osterwalder dan Pigneur (2012), business model canvas adalah sebuah kerangka model bisnis yang berbentuk kanvas, terdiri dari 9 kotak yang saling berkaitan. Model ini digunakan untuk menjelaskan, memvisualisasikan, menilai, dan mengubah suatu model bisnis, agar mampu menghasilkan kinerja yang optimal. Sembilan blok ini terdiri dari *customer segments*, *value proposition*, *channels*, *customer relationship*, *revenue streams*, *key resources*, *key activities*, *key partnerships*, dan *cost structure*. Berikut bisnis model canvas *dhivya* yang dipaparkan pada gambar dibawah.

Judul : Perencanaan Bisnis Katering Minuman di Kota Jakarta Selatan

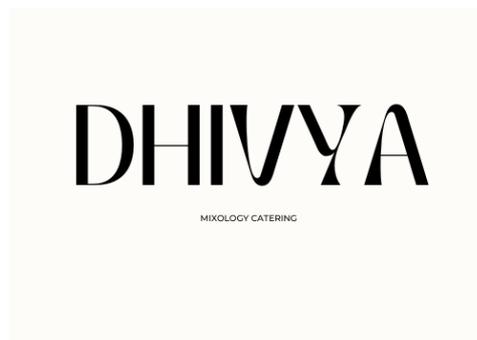
Problem Statement : Minimnya usaha katering minuman terutama di wilayah kota Jakarta Selatan



Business Model Canvas Dhivya

2. Deskripsi logo dan nama

Logo dan nama perusahaan merupakan faktor penting dalam memulai sebuah perusahaan. Nama dan logo perusahaan dapat mewakili identitas perusahaan sehingga diketahui banyak orang. *Branding* merupakan hal yang sangat penting dalam memulai suatu usaha, sehingga penentuan logo dan nama usaha harus dilakukan dengan serius agar dapat sukses sebagai sebuah badan usaha. Menurut (Keller, 2011, p. 263) mendefinisikan merek sebagai “nama, istilah, tanda, simbol atau desain, atau kombinasi dari merek, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari salah satu penjual atau kelompok penjual dan membedakan dari para pesaing”. Sesuai kutipan diatas maka penulis memberikan nama untuk nama bisnis yang ingin dibuat ialah *Dhivya* yang merupakan istilah dari bahasa sanskerta yang memiliki arti sangat cemerlang, luar biasa, dan istimewa.



Gambar 1.2
Desain Logo *Dhivya*
Sumber: Desain Penulis (2023)

Logo diatas merupakan logo dari *Dhivya*. Didalam logo juga memiliki arti diantaranya dalam pemilihan sebuah kata *Dhivya* yang memiliki makna sangat cemerlang, luar biasa, dan istimewa, lalu pemilihan

kata *mixology catering* yang mengusung konsep dari makna catering ini yaitu bar dengan konsep catering yang dimana konsumen dapat menikmati produk bar pada umumnya seperti *cocktail*, *mocktail* dan *beer*, namun konsumen dapat menikmatinya tanpa harus ke bar. Konsumen bisa menikmati dimana saja seperti dirumah. Didalam logo kami terdapat warna hitam pada tulisan *Dhivya* dikarenakan sesuai dengan tema kami berwarna hitam yang memiliki arti profesional, ketegasan dan kredibilitas. Jenis huruf yang digunakan pada kata *Dhivya* ialah “TAN Meringue” yang dipilih oleh penulis atas preferensi sendiri. Jenis huruf pada kata *mixology catering* ialah “montserrat” yang dipilih oleh penulis guna menambah estetika. Tentunya ukuran huruf pada kata *Dhivya* yang paling besar dikarenakan mudah dilihat, dibaca dan diingat oleh konsumen. Dengan konsumen ingat nama *dhivya* diharapkan konsumen dapat menghubungi dan menggunakan jasa atau layanan dari catering minuman kami.

3. Identitas Bisnis

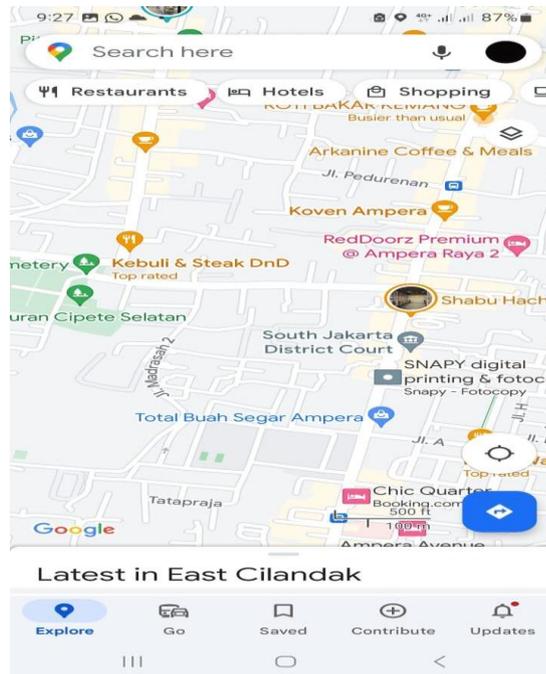
Dalam suatu bisnis membutuhkan suatu identitas yang merupakan gambaran dari produk yang diproduksi, tentunya harus mempunyai identitas yang dibuat agar produk yang ditawarkan kepada konsumen dapat diketahui oleh masyarakat.

Nama yang diusung oleh penulis yaitu “*Dhivya*” dalam melakukan sebuah perencanaan bisnis tentunya penulis akan melakukan promosi melalui media sosial seperti *Instagram*, *Tiktok*, *Facebook*. Perencanaan bisnis *Dhivya* yang didirikan oleh penulis berlokasi di Jakarta Selatan. Lokasi tersebut merupakan salah satu lokasi paling strategis di wilayah DKI

Jakarta seperti di wilayah Kemang, Cipete, Mampang Prapatan, Pejaten yang dimana lokasi tersebut sangatlah padat sehingga bisnis *Dhivya* bisa mudah mendapatkan konsumen.

Lokasi perencanaan bisnis catering minuman berada di kota Jakarta tepatnya di wilayah Pejaten dengan alamat Komplek Polri, Jln. A No. 44 Ampera Raya, Pasar Minggu, Jakarta Selatan 12520. Alamat tersebut sebagai tempat pengolahan dan persiapan kegiatan bisnis catering minuman yang dibuat oleh penulis. CV atau perkutuan komanditer ialah bentuk dari badan usaha yang ditentukan oleh penulis. Lokasi usaha *dhivya* tentunya sangat strategis dikarenakan dekat dengan tempat keramaian diharapkan dengan adanya lokasi yang strategis tentunya meningkatkan penjualan dalam usaha catering minuman ini. Lokasi strategis mendukung dalam jangkauan calon pembeli yang ingin mengetahui ingin lanjut mengenai usaha catering minuman *dhivya*. Penjelasan lokasi usaha secara detail dipaparkan dalam gambar dibawah.

Lokasi Usaha



Gambar 1.3
Perencanaan denah lokasi Dhivya
Sumber: Google Maps



Gambar 1.4
Perencanaan lokasi Dhivya
Sumber : Olahan Penulis (2023)

C. Visi dan Misi

Tentu saja, dalam sebuah rencana bisnis memerlukan visi dan misi untuk mencapai keberhasilan akhir dari bisnis yang diusulkan. Pengertian visi menurut (Edison, 2018, p. 26) adalah ‘‘penyataan atau cita cita yang ingin di capai organisasi/organisasi ke depan dan lebih terkonsentrasi kepada program jangka panjang’’. Lalu misi merupakan sebagai sekumpulan rencana atau cara yang ditentukan untuk mewujudkan visi yang sudah ditetapkan.

Adapun visi yang telah dibuat tentunya ada misi yang mendukung agar terjalannya sebuah visi yang telah diciptakan oleh penulis. Visi dan misi yang telah diciptakan tentunya selalu menjadi pedoman bagi *dhivya* dalam melaksanakan sebuah usaha dan operasional. Tentunya visi dan misi yang telah diciptakan akan selalu dilakukan oleh kami secara konsisten dan terjaga agar terciptanya suatu layanan atau jasa yang baik dihadapan tamu. Penjelasan visi dan misi *dhivya* sebagai berikut.

Visi:

Menjadi usaha katering minuman mixology yang terbaik di kota Jakarta Selatan.

Misi:

- Menjadikan perusahaan yang professional, kompeten dan dapat dipercaya oleh pembeli.
- Menciptakan produk dan layanan yang berkualitas untuk pelanggan.
- Menciptakan layanan kepada pembeli agar dapat menikmati produk dimana saja tanpa harus ke *bar*.

- Menjadikan bisnis pelayanan minuman yang terbaik dan terpercaya dalam menjalankan semua keinginan pelanggan guna menciptakan kepuasan dengan layanan yang diberikan, kualitas produk dan professional dalam jasa katering.

D. Analisis SWOT

Dalam suatu usaha pasti memiliki inovasi serta kreatifitas agar usaha yang dimiliki mampu bersaing dengan usaha yang lain nya. Analisis SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunity*) menurut (Rangkuti, 2003, p. 19), SWOT ialah akronim dari Strengths (kekuatan), Weaknesses (kelemahan), Opportunities (peluang), Threats (ancaman). Analisis SWOT yaitu analisa berdasarkan logika yang memaksimalkan kekuatan (strengths) dan peluang (opportunities), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (weaknesses) dan ancaman (threats).

Tujuan dalam adanya Analisa SWOT ini agar mampu mengembangkan serta mempertahankan bisnis usaha berjalan dengan baik. Penulis menggunakan pendekatan analisa SWOT dengan pendekatan 5M yaitu *men, machine, method, money* dan *materials*. Dengan pendekatan 5M tentu dapat memahami sejauh mana bisnis dapat berkembang. Berikut pemaparan 5M:

- *Men* (Sumber Daya Manusi) : Tenaga kerja yang akan direkrut ialah tenaga kerja yang berkopeten dibidang pelayanan makanan dan minuman.
- *Machine* (Mesin) : Alat produksi yang digunakan menggunakan alat yang berkualitas untuk menjamin mutu produk yang disajikan.

- *Method* (Metode) : dalam perencanaan bisnis ini menggunakan metode pendekatan bisnis model canvas (BMC)
- *Money* (Uang) : Pendanaan untuk perencanaan bisnis ini menggunakan 50% uang pribadi dan 50% melalui pinjaman dari bank.
- *Materials* (Material) : bahan baku yang digunakan menggunakan bahan yang berkualitas untuk menciptakan produk yang tentunya berkualitas dan dapat menciptakan *value* yang tinggi.

Melihat dari aspek lingkungan dari wilayah kota Jakarta Selatan, merupakan lokasi yang strategis karena Jakarta Selatan memiliki banyaknya *bar, cafe* dan hiburan lainnya yang umumnya menjual minuman campuran dengan jumlah terbanyak berdasarkan data yang dijelaskan pada latar belakang. Melihat dari aspek ekonomi, Jumlah tempat hiburan tentunya meningkat setiap tahunnya yang membuat salah satu adanya peningkatan pertumbuhan ekonomi dan potensi bisnis minuman di kota Jakarta Selatan. Berikut SWOT yang dimiliki ialah:

1. Strength

- a. Memiliki konsep dan layanan yang berbeda dengan usaha katering pada umumnya.
- b. Memiliki tenaga kerja yang professional.
- c. Kebersihan terjamin.
- d. Memiliki menu yang bervariasi.
- e. Dapat menjual produk sesuai permintaan pelanggan.
- f. Lokasi yang sangat strategis.

2. Weakness

- a. Sangat susah merealisasikan katering minuman alkohol di pulau jawa.
- b. Memerlukan banyak tenaga kerja yang berkompeten di bidangnya.
- c. Pelanggan tidak dapat memesan katering dalam waktu dekat.
- d. Tidak semua orang dapat mengkonsumsi minuman beralkohol.

3. Opportunity

- a. Munculnya inovasi dan konsep katering ini yang membuat menjadi keunggulan dari usaha catering lainnya. Tentu kami membuat layanan produk yang berkualitas, memanfaatkan *social media* untuk meyakinkan dan mempromosikan kepada pembeli agar mengerti peluang usaha ini.
- b. Banyaknya kebutuhan jasa katering pada suatu acara.
- c. Tidak ada pesaing.

4. Threat

- a. Sulit mendapatkan surat izin dari pemerintah.
- b. Konsumen melakukan perubahan perjanjian.
- c. Tempat yang dijanjikan oleh konsumen kurang memadai.

Dibawah ini merupakan matriks SWOT guna mengerti strategi bisnis yang dijalankan berdasarkan SWOT yang telah dianalisis.

Tabel 1.2
Analisis SWOT

	<i>Strenght</i>	<i>Weakness</i>
Opportunity	<p>S : Memiliki Memiliki konsep dan layanan yang berbeda dengan usaha katering pada umumnya.</p> <p>O : Banyaknya jasa katering pada suatu acara</p> <p style="text-align: center;">Strategi S-O</p> <p>Dengan banyaknya jasa catering tentu menjadi keunggulan pada usaha kami dikarenakan memiliki konsep yang berbeda.</p>	<p>W : Belum ada pelanggan tetap.</p> <p>O : Banyaknya jasa catering yang lebih ramai.</p> <p style="text-align: center;">Strategi W-O</p> <p>Melakukan promosi yang gencar guna mengenal bisnis kami dengan baik.</p>
Threats	<p>S : Dapat menjual produk sesuai permintaan pelanggan</p> <p>T : Konsumen melakukan perubahan perjanjian.</p> <p style="text-align: center;">Strategi S-T</p> <p>Membuat strategi pemasaran dan menentukan regulasi dalam pemesanan maksimal H-3</p>	<p>W : Tidak semua orang dapat mengkonsumsi minuman beralkohol.</p> <p>T : Sulit mendapatkan surat izin dari pemerintah.</p> <p style="text-align: center;">Strategi W-T</p> <p>Memberikan edukasi dan penyuluhan tentang orang yang khususnya minum</p>

	sebelum dimulainya tanggal pemesanan.	alkohol dan perencanaan bisnis ini dapat direalisasikan dikarenakan adanya perijinan berdasarkan peraturan menteri perdagangan no 25 tahun 2019. Kami senantiasa melakukan operasional mengikuti regulasi yang ditentukan.
--	---------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Sumber: Olahan Penulis (2023)

E. Spesifikasi Produk dan Jasa

Katering merupakan sebuah istilah pada umumnya untuk bidang usaha yang melayani pesanan dengan berbagai macam kebutuhan dengan banyaknya kuantiti. Layanan ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan spesifik konsumen dan memiliki banyak pilihan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen sendiri. Menurut (kotler dan Armstong, 2023) pengertian produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat merumuskan keinginan atau kebutuhan.

Secara konsep, produk sebagai pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui kebutuhan dan kegiatan konsumen. Dalam pendirian bisnis katering ini, Produk yang ditawarkan kepada konsumen *cocktail*, *mocktail* dan

beer. Koktail atau *cocktail* merupakan salah satu jenis minuman yang mengandung alkohol sebagai bahan utamanya. koktail atau *cocktail* harus mengandung setidaknya satu minuman beralkohol, satu minuman manis, dan satu minuman asam atau pahit. Koktail biasanya dicampur dengan satu atau lebih bahan tambahan yang menjadikannya minuman dengan rasa yang kuat. Komponen tambahannya bisa berupa air, gula, jus buah, soda, madu dan lain-lain.

Sedangkan mocktail merupakan jenis minuman non-alkohol yang terbuat dari campuran jus buah dan minuman ringan lainnya. Krim, bumbu dan rempah juga dapat ditambahkan untuk membuat variasi berbeda. Nama “mocktail” sendiri berasal dari kata “mock” yang berarti “imitasi” dalam bahasa Inggris. Minuman mocktail mirip dengan cocktail, namun dalam versi non-alkohol. Lalu kami menyediakan jasa *private bartender*, yang terdapat interaksi dengan konsumen yang akan menjelaskan produk yang akan diberikan, dalam penjualan kami menawarkan 4 paket menu minuman pada produk kami, seperti paket A hingga paket B dengan berbagai pilihan variasi yang ditawarkan dengan pilihan harga yang terjangkau yang dibuat semenarik mungkin sehingga menarik perhatian kepada calon pembeli dan layanan katering kami melakukan layanan menyesuaikan permintaan dan kebutuhan konsumen seperti tema menu minuman, kami menyediakan menu *classic cocktail* contohnya *mojito*, *screwdriver*, *gin tonic* dan lainnya. Untuk *mocktail* kami membuat menyesuaikan selera rasa dari pelanggan, kami menyediakan menu *mocktail* dengan rasa yang manis salah satunya *pandanesia* dan asam seperti *orange squash* tentunya sebagai referensi kepada calon pembeli,

tentunya produk yang telah disebutkan diatas dimasukkan kedalam 4 paket. 4 paket menu a hingga b yang telah ditawarkan sangat bervariasi dan memiliki harga yang cukup terjangkau guna menciptakan kepuasan dan meningkatnya penjualan dalam sebuah usaha.

Menurut Zeithml dan Bitner dalam (Hurriyati, 2005, p. 28) jasa pada dasarnya adalah seluruh aktivitas ekonomi dengan output selain produk dalam pengertian fisik, dikonsumsi dan diproduksi pada saat bersamaan, memberikan nilai tambah dan secara prinsip tidak berwujud (*intangible*) bagi pembeli pertamanya.

Seperti uraian diatas, jasa yang ditawarkan oleh *dhivya* kepada pembeli ialah jasa katering minuman alkohol dan non alkohol. Yang dimana kami mendukung penuh dalam suatu acara dalam skala besar maupun kecil, kami dapat memproduksi minuman dengan jumlah yang banyak, Adapun kami menawarkan 4 paket minuman sesuai harga dari murah hingga yang paling mahal dengan berbagai macam variasi seperti paket minuman alkohol atau minuman non alkohol. Calon pembeli dapat berdiskusikan secara langsung kepada kami untuk variasi minuman yang diinginkan, kami memberikan layanan katering minuman non alkohol dan alkohol yang dimana pada berlangsungnya suatu acara pembeli dapat melihat dan bertanya secara langsung secara detail mengenai proses pembuatan minuman yang dilakukan oleh bartender seperti layanan di *bar* pada umumnya.

F. Jenis Badan Usaha

Untuk mendirikan sebuah usaha tentu penulis menentukan jenis badan usaha dari bisnis yang dibuat. Setiap usaha tentunya memiliki sebuah

keunggulan dan kekurangannya. Maka dari itu penulis diwajibkan memilih jenis badan usaha dalam bisnisnya.

Penulis menentukan dalam bentuk usaha CV atau disebut juga persekutuan komanditer sebagai jenis badan usaha yang dibuat. Berikut adalah penjelasan CV atau disebut persekutuan komanditer yang dipaparkan oleh (Wijatno, 2009, p. 110) “Perseroan komanditer atau biasa disebut CV adalah suatu bentuk perjanjian kerjasama untuk mengatur perusahaan dan bertanggung jawab penuh dengan kekayaan pribadinya, dengan orang-orang yang memberikan pinjaman dan tidak bersedia memimpin perusahaan serta bertanggung jawab terbatas pada kekayaan yang diikutsertakan dalam perusahaan tersebut”. Berdasarkan penjelasan di atas, maka CV atau persekutuan adalah suatu bentuk perseroan yang didirikan oleh dua orang atau lebih, yang tidak mempunyai batas modal lebih rendah dan beberapa anggotanya mempunyai tanggung jawab yang tidak terbatas. *Dhivya* merupakan bentuk usaha dalam bentuk CV atau persekutuan komanditer sebagai badan usaha yang akan didaftarkan. Perkembangan jasa catering di kota Jakarta sangatlah berkembang pesat, namun untuk catering minuman tentunya belum ada di kota Jakarta yang menjadi peluang penulis dalam mendirikan usahanya. Perkembangan pariwisata di kota Jakarta sangatlah berkembang pesat ditambah dengan gaya hidup masyarakat Jakarta yang sangat tinggi seperti berkumpul dan menikmati berbagai jenis minuman alkohol dan non alkohol yang menjadi salah satu faktor penting dalam pertimbangan untuk merealisasikan bisnis catering minuman ini.

Secara spesifik bisnis catering ini berfokus kepada penjualan minuman saja seperti minuman beralkohol dan minuman non alkohol.

G. Aspek Legalitas

Dalam berbisnis, legalitas tentunya menjadi salah satu unsur penting dalam mendirikan suatu perusahaan, legalitas merupakan salah satu aspek penting agar bisnis dapat berjalan dengan lancar. Mulai saat ini, perusahaan dilindungi oleh dokumen-dokumen yang sah di mata hukum yang berlaku. Dalam hal ini tentunya tidak lepas dari aspek hukum izin edar minuman beralkohol yang dijadikan dasar hukum didirikannya suatu perusahaan di Indonesia. Selanjutnya, diperlukan dasar hukum untuk memulai catering.

1. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 25 Tahun 2019 tentang Perubahan Keenam Atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 20/M-Dag/Per/4/2014 Tentang Pengendalian Dan Pengawasan Terhadap Pengadaan, Peredaran, Dan Penjualan Minuman Beralkohol.
2. Undang – undang Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan.
3. Pasal 1 ayat 7 Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 10 tahun 2018, tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik Sektor Pariwisata.
4. Pasal 12 ayat 2 Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 10 tahun 2018, tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik Sektor Pariwisata.

Dhivya merupakan CV atau persekutuan komoditer sebagai badan usaha yang akan didaftarkan, lalu berikut dokumen yang merupakan persyaratan dalam mendirikan CV yang wajib dimiliki oleh *dhivya*:

1. NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak)
2. TDP (Tanda Daftar Perusahaan) atau NIB (Nomor Induk Berusaha)
3. SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan)
4. SKDP (Surat Keterangan Domisili Perusahaan)
5. Pengesahan oleh Pengadilan

Sebagai usaha katering komersial yang menjual minuman alkohol tentunya harus memiliki surat izin usaha perdagangan minuman beralkohol atau bisa disingkat (SIUP MB), berikut adalah dokumen yang merupakan persyaratan perizinan usaha perdagangan minuman alkohol yang harus dimiliki oleh *Dhivya* agar perusahaan dilindungi dengan dokumen yang sah dimata hukum.

1. Surat penunjukan dari Sub. Distributor atau Distributor.
2. Fotokopi SIUP Kecil/Menengah/TDUP.
3. Akta Pendirian Perusahaan
4. Fotokopi Nomor Induk Berusaha
5. Fotokopi NPWP.
6. Fotokopi KTP pemilik/penanggungjawab perusahaan.
7. Dokumen Lingkungan
8. Fotokopi IMB
9. Nomor Pokok Pengusaha Barang Kena Cukai (NPPBKC)